

[TV-Programm](#)[20:15 im TV](#)[Jetzt im TV](#)[TV-Tipps](#)[Mediathek](#)[Kids TV](#)Samsung  
GALAXY S4Zubehör  
im Wert von  
**+ 100€**Jetzt GALAXY S4 k  
Starterkit sichern![> Mehr erfahren](#)[Unterhaltung >](#) [Interviews & Stories >](#) [Denkt euch selber mal was aus!](#)

Stefan Raab  
Foto: NDR/Willi Weber

Showstandort Deutschland

## Denkt euch selber mal was aus!

**Spielfilme und Serien produzieren wir erfolgreich für den Weltmarkt - nur Shows aus Deutschland sind dort bisher noch Mangelware. Warum eigentlich?**

Wir lieben es einfach, das Fernsehen. Mit Einnahmen von über 12 Milliarden Euro ist der deutsche Fernsehmarkt nach den USA der zweitgrößte der Welt. Satt 238 TV-Minuten werden von uns jeden Tag konsumiert.

Produziert wird allerdings erheblich weniger. Während wir im fiktionalen Bereich mit Serien wie **"Alarm für Cobra 11"** und Fernsehfilmen wie **"Die Wanderhure"** durchaus international mitmischen, sieht es bei unterhaltenden Shows eher mager aus.

Formate wie **"Deutschland sucht den Superstar"**, **"Wer wird Millionär?"** oder **"Germany's Next Topmodel"** fahren am Hauptabend regelmäßig Quotenerfolge ein - und stammen aus Großbritannien oder den USA.

Google Anzeigen

## Watch Now

Watch Instantly Online. Movies & TV Shows. Free Trial.  
[Netflix.com](https://www.netflix.com)

Der letzte FRAPA-Report, ein Branchenbericht über den internationalen Handel mit TV-Lizenzen, zeigt die Diskrepanz zwischen eingekauften und ausgeführten Formaten deutlich (siehe Infokasten rechts). Woran liegt das? Fällt den Deutschen nichts ein?

### Geringe Risikobereitschaft

"Bei uns in Deutschland entstehen - anders als in Großbritannien oder Holland - nur wenige Eigenentwicklungen, die den Weg ins Ausland schaffen", sagt Ute Biernat und verweist auf die fehlende Tradition, eigene Formate zu entwickeln. "Auch frühe deutsche TV-Shows wie ‚Was bin ich?‘, ‚Am laufenden Band‘ oder ‚Verstehen Sie Spaß?‘ sind eingekauft worden."

Ute Biernat ist Geschäftsführerin der Grundy Light Entertainment GmbH, die Erfolgsshow wie "Deutschland sucht den Superstar" oder "Das Supertalent" produziert - nach den englischen und amerikanischen Formatvorgaben. Für jede einzelne Folge einer solchen in Lizenz hergestellten Show wird eine Gebühr erhoben, die zwischen fünf und zehn Prozent der Produktionskosten beträgt.



FRAPA-Report 2009

**Die Ideen-Börse** Der Handel mit TV-Formaten wird immer wichtiger. Deutschland steht auf dem FRAPA-Ranking auf Platz 6

Liegen die beispielsweise bei 500.000 Euro pro Sendung, werden bei einer Zwanzig-Folgen-Staffel also bis zu einer Million Euro an Gebühren fällig. Viel Geld, das man auch hätte verdienen können - wäre man selbst Urheber der Sendung und Lizenz-Exporteur.

Doch das ist natürlich risikobehaftet. "Die Floprate für neue Formate liegt bei 60 bis 70 Prozent", sagt Jens Richter. Als Geschäftsführer von Seven-One-International dealt er mit Sendekonzepten für den globalen Markt. Ein eingekauftes

Format bedeute Sicherheit. "Man kauft eine Idee, die sich schon in anderen Ländern bewährt hat. Man hat auch einen Zeitvorteil, kann sehr schnell auf den Markt reagieren. Wenn ich binnen drei Monaten eine Castingshow brauche, dann kaufe ich sie."

### Import - In Lizenz produzierte Shows

--	--



### Paradies für Ideendiebe

Ein weiteres Problem des Showstandorts Deutschland ist juristischer Natur. Ideen, die Gold wert sind, werden natürlich auch gern gestohlen. Und hierzulande sind sie im internationalen Vergleich besonders schlecht geschützt. Ursache dafür ist unter anderem ein Urteil aus dem Jahr 2003.

Der Bundesgerichtshof hatte damals zu entscheiden, ob die SWR-Show "**Kinderquatsch mit Michael**" eine Kopie des französischen "L'école des fans" sei. Die Richter kamen zu einer Grundsatzentscheidung: Fernsehformate sind in Deutschland nicht urheberrechtlich schützbar. Die vielen Plagiatsstreitigkeiten, die dieses Urteil zur Folge hatte, werden meist hinter verschlossenen Türen verhandelt.

Da der Gerichtsweg kaum Erfolg verspricht, setzt die Formatschutzorganisation FRAPA (Format Recognition and Protection Association) auf gütliche Einigung. Ute Biernat hat auch hier den Vorsitz. "Man kann gar nicht verhindern, dass es zu Konflikten kommt. Es kann einfach passieren, dass ein australisches und ein finnisches Unternehmen dieselbe Idee haben. Aber dann muss man sich zusammen hinsetzen und sich einigen." Zehn- bis zwanzigmal im Jahr müssten Konflikte derart geschlichtet werden.

### Märkte sind im Umbruch

Die Einsicht, dass einvernehmliches Miteinander mehr bringt als der schnelle Formatklau, setzt sich aber langsam durch. Eine kopierte Show lässt sich durch eine kurze Internetrecherche blitzschnell als solche erkennen. Und wer würde sie schon kaufen, wenn er auch das Original haben kann?

Dabei gewinnt der globale Handel an Bedeutung. "Die nationalen Märkte verschmelzen immer mehr zu einem einzigen internationalen Markt", sagt Biernat. Entsprechend habe die FRAPA im vergangenen Jahr mehr schutzsuchende neue Mitglieder gewonnen als in allen (neun) Jahren zuvor.

Dass es sich durchaus lohnen kann, auch mal das Wagnis einer neuen Show einzugehen, zeigt das Beispiel "**Schillerstraße**". Zwar musste die Erfinderin Maike Tatzig erst eine 150.000 Euro teure Pilotsendung ihrer Improvisationscomedy produzieren lassen, um Sat.1 von ihrer Idee zu überzeugen. Dafür lief sie aber ab 2004 sieben Jahre lang erfolgreich im deutschen Fernsehen und ist international immer noch ein gewinnbringendes Produkt.

### Anteil deutscher Formate nimmt zu

"Es stimmt nicht, dass es in Deutschland keine Kreativität gibt", sagt Jens Richter. "Wir verkaufen jedenfalls immer mehr Formate, die aus Deutschland stammen." Maßgeblichen Anteil daran haben die Produktionsfirmen RedSeven und Brainpool. Die ProSiebenSat.1-Tochter RedSeven entwickelt seit 2008 auch eigene Formate.

Darunter sind immer wieder Flops wie **"Fashion & Fame"**, aber auch Erfolge wie **"Crazy Competition"** (beide Pro Sieben) und echte Hits wie **"Mein Mann kann"** (Sat.1). Weil **"Mein Mann kann"** international so gut ankommt, denkt man wohl schon an Ableger der Paarshow. Die Titel **"Mein Chef kann"**, **"Mein Kind kann"** und **"Mein Haustier kann"** wurden jedenfalls vorsorglich geschützt.

Und mit **"Schlag den Raab"** haben Stefan Raab und seine Firma Brainpool sogar einen echten Welthit hingelegt. Der Spielthriller aus Köln-Mülheim läuft in Großbritannien, Schweden, Frankreich, Kroatien, wurde auch in die USA verkauft. Ein zweiter Raab, ähnlich motiviert und omnipotent, wurde übrigens noch in keinem anderen Land gefunden. Eine einmalige Show. Moment ... einmalig? Das kriegen wir doch noch mal hin, oder?

Frank Aures

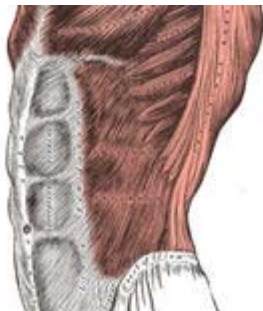
[Drucken](#)  
[Versenden](#)

## Auch interessant



### Sexbesessen: KRISTIN BELL

In der Serie House of Lies (mittwochs bei ZDF neo) spielt Kristen Bell (Nie wieder Sex mit der Ex) eine ruchlose Unternehmensberaterin mit großem Sexualtrieb.



### 1 erstaunlicher Trick für flachen Bauch

Ich kämpfte jahrelang gegen Bauchfett bis ich diesen einmaligen Trick gefunden habe - Video hier...

[ANZEIGE](#)



### Schön schräg: Comic-Con 2013

Die San Diego Comic-Con auch bekannt als Comic-Con International fand gerade vom Donnerstag, dem 18. Juli bis zum Sonntag, dem 22. Juli statt. Unser Kollege Scott Orlin...



## Die größten Sex-Skandale im Kino

In den 50ern genügte noch nackte Haut (Die Sünderin), in den 70ern die Andeutung von Analverkehr (Der letzte Tango in Paris), ab dem 22.8. fallen bei Feuchtgebiete die...



## Willkommen in Lüsgraf

Sex sells! Ob ein paar pfiffige Landweiber mit dieser Marketingweisheit auch ihre Gemeinde aus der Wirtschaftskrise führen? TV-



## Veronas Promi Diät

Willst Du auch in 10 Wochen abnehmen, ohne zu hungern wie die Promis? Dann informiere Dich jetzt...

ANZEIGE

[hier werben](#)

powered by plista

## Meine Meinung:

Überschrift\*

[Netiquette](#)  
[AGB](#)

Meine Meinung\*

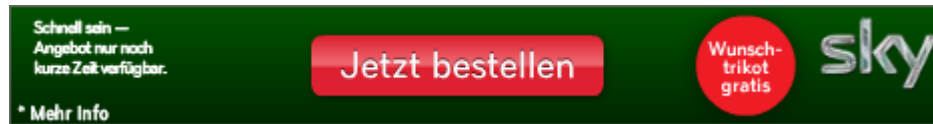
**Abschicken**

noch 999 Zeichen übrig

**Die neuesten Kommentare**



Diesen Artikel versenden an



© TV SPIELFILM: Showstandort Deutschland

## TV SPIELFILM

[Kontakt](#)  
[Mediadaten Online](#)  
[Mediadaten Print](#)  
[Impressum](#)  
[AGB](#)  
[Datenschutz](#)

[Über unsere Werbung](#)  
[TV SPIELFILM Abo](#)  
[Newsletter bestellen](#)  
[Erweiterte TV-Suche](#)  
[Sitemap](#)

## WEITERE ANGEBOTE VON HUBERT BURDA MEDIEN

[AMICA](#)  
[CINEMA](#)  
[FOCUS Online](#)  
[MAX](#)  
[Playboy](#)  
[Mein schöner Garten](#)

[Freizeitfreunde](#)  
[Lisa Freundeskreis](#)  
[Garten Arkaden](#)  
[Der Berater](#)  
[HolidayCheck](#)  
[jameda](#)

[Finanz](#)  
[Lisa](#)  
[nach](#)  
[Bur](#)  
[GRI](#)

Fotocredits: NDR/Willi Weber, FRAPA-Report 2009, Imago (2), Sony Pictures Releasing GmbH, Majestic Filmverleih, Universal, HR, Bettina Müller, Ki Channel, Walt Disney, Studio 100, TNT, WDR, Oliver Feist, Tobis Film

Die TV SPIELFILM Verlag GmbH weist darauf hin, dass Agentur-Meldungen sowie -Fotos weder reproduziert noch wiederverwendet werden dürfen.